optique culture

numéro 35 septembre 2014

OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC

Ce document a été corrigé le 8 octobre 2014. Veuillez consulter l'errata joint à ce fichier en cliquant ici.

Les ventes de livres de 2009 à 2013

BENOIT ALLAIRE *chargé de projet, OCCQ*

Faits saillants

- Les ventes de livres ont augmenté de 1,5 % et atteint 688 M$ en 2013, après avoir connu une baisse de 4,1 % en 2012. À l'exception des librairies indépendantes, la plupart des catégories de points de vente ont enregistré une hausse de leurs ventes de livres.
- Les librairies à succursales et les librairies en milieu scolaire affichent des hausses respectives de 3,4 % et 6,4 % en 2013, tandis que les librairies indépendantes voient leurs ventes chuter de 7,0 %. De 2009 à 2013, la croissance annuelle moyenne des ventes de livres par l'ensemble des librairies est négative (–0,5 %). Cette décroissance est attribuable entièrement aux librairies indépendantes, leur taux de croissance annuel étant de –5,8 % au cours de cette période. La part des librairies indépendantes dans l'ensemble des librairies est passée de 31,7 % en 2009 à 25,5 % en 2013.
- L'effet du recul des ventes des éditeurs de manuels scolaires commence à s'atténuer en 2013 grâce à l'augmentation de 8,6 % des ventes directes des éditeurs de livres généraux aux consommateurs.
- Les ventes annuelles de livres par habitant sont passées de 57 $ en 2009 à 54 $ en 2013.

Les ventes finales[1] de livres neufs des éditeurs, distributeurs[2], librairies, grandes surfaces et autres points de vente du Québec totalisent 688 M$ en 2013, soit une hausse de 10 M$ par rapport à 2012 ou 1,5 % (tableau 1). Il s'agit de la première augmentation depuis 2007, quand les ventes annuelles ont atteint le sommet de 770 M$. Si les ventes ont crû de 1,3 % par année en moyenne depuis 2001, la tendance est à la baisse depuis 2009 avec un taux annuel de –2,5 %.

L'augmentation de 2013 est surtout attribuable aux librairies, dont les ventes ont grimpé de 1,1 %. Cette hausse de 5 M$ représente 49,8 % de la croissance globale. Les ventes directes des éditeurs aux particuliers et aux collectivités et celles des distributeurs ont crû respectivement de 3,2 % et 8,4 %, tandis que celles de la grande diffusion sont demeurées stables.

1. L'expression « ventes finales » désigne les ventes réalisées directement auprès des particuliers et des collectivités (bibliothèques, écoles, ministères et organismes gouvernementaux).
2. Ils comprennent les distributeurs de livres (SCACCQ 15302.02 et 15302.03), ainsi que certains éditeurs (SCACCQ 15204, 15205 et 15206) qui font aussi de la distribution de livres. Dans ce dernier cas, seules les ventes de distribution sont incluses.

Table des matières

3 Légère hausse des ventes en 2013

4 Les ventes de livres selon la catégorie de point de vente

4 Les ventes des éditeurs

7 Les ventes de livres par les maisons de distribution

11 Les ventes des librairies

16 Résumé

Signes conventionnels

%	Pour cent ou pourcentage
k	Millier
$	En dollars
n	Nombre
M	Million
r	Donnée révisée
...	N'ayant pas lieu de figurer
..	Donnée non disponible
–	Néant ou zéro
—	Donnée infime

Notes méthodologiques

Une importante révision des données provenant de l'*Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs* (EMVL) a été effectuée au cours de 2012. Cette révision concerne les ventes de livres par les librairies de 2001 à 2011. En conséquence, plusieurs tableaux diffusés dans le bulletin *Statistiques en bref* n° 65 ne sont plus valides.

Le concept central de l'EMVL est celui de « vente finale ». Par vente finale, on entend une vente à un particulier ou à un organisme pour son propre usage ou pour celui d'autres lecteurs et qui n'est pas destinée à la revente. Par exemple, les ventes finales des éditeurs ne comprennent pas les ventes effectuées par l'intermédiaire d'une maison de distribution ou d'une librairie. De même, les ventes finales des distributeurs comprennent uniquement leurs ventes directes auprès des particuliers et des collectivités et non les ventes aux librairies et aux établissements de la grande diffusion. L'usage systématique du concept de vente finale permet d'éviter les doubles comptes.

L'enquête mesure la vente de TOUS les livres, peu importe leur langue, y compris les livres numériques. Les livres sont répartis en trois catégories : les manuels scolaires (livres destinés à l'enseignement préscolaire, primaire et secondaire), les livres didactiques (livres destinés à l'enseignement collégial et universitaire) et les livres de littérature générale (tous les autres livres : romans, livres pratiques, bandes dessinées, etc.).

Les ventes du marché de la grande diffusion, soit celles des grandes surfaces (Target, Wal-Mart, Costco, etc.) et des autres points de vente (grands magasins, papeteries, animaleries, kiosques à journaux, etc.) sont estimées à partir des ventes des maisons de distribution et des éditeurs à ces points de vente. Autrement dit, les établissements de ce marché n'ont pas fait l'objet d'une enquête directement, contrairement à tous les éditeurs, distributeurs et libraires du Québec.

L'EMVL est un recensement mensuel effectué auprès de tous les éditeurs, distributeurs et librairies du Québec. La non-réponse est traitée selon une méthode analogue à celles qui sont utilisées lors d'enquêtes par échantillon. Tous les établissements sont classés selon une strate déterminée par la moyenne mensuelle de leurs ventes de l'année précédente, et la moyenne des ventes des établissements de sa strate est imputée à l'établissement non répondant. Les établissements les plus importants sont considérés comme essentiels et tout est mis en œuvre pour qu'ils répondent à l'enquête. Aucune valeur imputée ne leur est attribuée.

Notice suggérée pour mentionner cet article dans une bibliographie ou en reproduire un extrait :

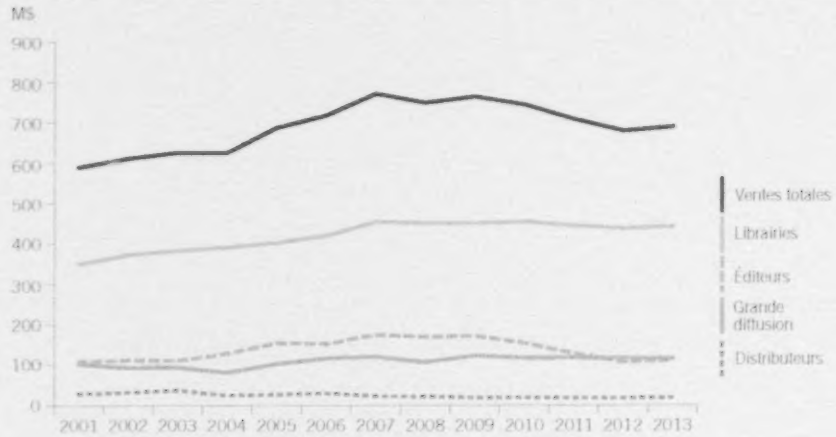
ALLAIRE, Benoit (2014). « Les ventes de livres de 2009 à 2013 », *Optique culture*, n° 35, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, septembre, 16 p. [En ligne]. [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire].

Légère hausse des ventes en 2013

Depuis 2001, première année de l'*Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs* (EMVL) menée par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, les ventes de livres ont affiché une croissance importante de 2005 à 2007 avec des gains annuels supérieurs à 7,0 % en moyenne, après avoir enregistré des ventes plutôt stables de 2001 à 2004. Depuis 2008, la tendance est décroissante. En fait, si l'on tient compte de l'inflation, le marché du livre n'a réalisé aucun gain depuis 2001 puisque, en dollars constants de 2013[3], les ventes sont revenues à leur niveau de départ qui était de 691 M$.

La croissance importante dans la deuxième demie de la décennie 2001-2010 est attribuable à la conjonction de plusieurs facteurs favorables, dont la hausse des ventes de manuels scolaires, dopées par la réforme scolaire. Pendant ce temps, le marché des librairies et celui de la grande diffusion ont également accru leurs ventes, mais dans une moindre mesure. À partir de 2010, l'effet de la réforme scolaire s'est estompé et la baisse de ventes de manuels scolaires explique la plus grande part des reculs enregistrés de 2010 à 2012, quoique les librairies et la grande diffusion affichent aussi un certain essoufflement.

Figure 1 **Ventes finales de livres neufs selon les points de vente, Québec, 2001-2013**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les replis successifs des éditeurs sur le marché de la vente finale ont fini par modifier sensiblement la répartition des ventes entre les catégories de points de vente. Les librairies recueillent 64,3 % des ventes en 2013, une part semblable à celle de 2012, tandis que les établissements de la grande diffusion en obtiennent 16,9 %. C'est la deuxième année que la part de la grande diffusion est supérieure à celle des éditeurs. Toutefois, de 2009 à 2013, les ventes de cette dernière ont reculé de 1,2 % annuellement en moyenne.

Tableau 1 **Ventes finales[1] de livres neufs selon les points de vente, Québec, 2009-2013**

	2009		2010		2011		2012		2013		Variation 2013/2012	TCAM[2] 2009-2013
	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	%	
Éditeurs	171	22,5	154	20,7	128	18,1	107	15,8	111	16,1	3,2	–10,4
Distributeurs[3]	19	2,4	19	2,6	18	2,5	17	2,6	19	2,8	8,4	0,4
Librairies[4]	450	59,1	454	61,0	444	62,8	437	64,5	442	64,3	1,1	–0,5
Grande diffusion[5]	122	16,0	117	15,7	117	16,6	116	17,1	116	16,9	0,0	–1,2
Grandes surfaces	86	11,3	81	10,8	79	11,1	73	10,8	74	10,7	0,5	–3,9
Autres points de vente	36	4,7	36	4,9	39	5,5	43	6,3	43	6,2	–0,8	4,6
Ventes totales	763	100,0	743	100,0	707	100,0	678	100,0	688	100,0	1,5	–2,5

1. Les ventes finales excluent la vente de livres destinés au marché de la revente.
2. Taux de croissance annuel moyen.
3. Ils comprennent les distributeurs de livres (SCACCQ 15302-02 et 15302-03), ainsi que certains éditeurs (SCACCQ 15204, 15205 et 15206) qui font aussi de la distribution de livres. Dans ce dernier cas, seules les ventes de distribution sont incluses.
4. Les ventes des librairies de 2008 à 2011 et de 2013 ont été révisées. Elles comprennent les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).
5. Le montant est estimé à partir des ventes des distributeurs et des éditeurs à ces points de vente.

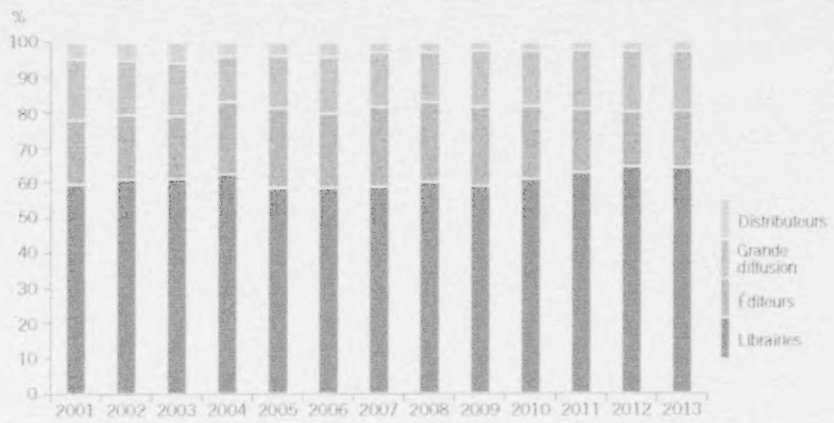
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

3. Les ventes sont calculées à l'aide de l'IPC d'ensemble pour le Québec, excluant les aliments et l'énergie. Statistique Canada, tableau Cansim n° 326-0021.

Les ventes de livres selon la catégorie de point de vente

Si la répartition des ventes finales de livres selon les catégories de point de vente a peu varié au cours de la première décennie des années 2000, celle-ci est en train de changer (tableau 1, figures 1 et 2). En effet, depuis 2009, tant les librairies que les établissements de la grande diffusion ont augmenté leurs parts du marché global, tandis celle des éditeurs régresse. La part des distributeurs est relativement constante au cours de cette période. Afin de bien comprendre la nature de ces changements, il est nécessaire d'examiner l'évolution des ventes de livres dans chacune des catégories de point de vente.

Figure 2 **Répartition des ventes finales de livres neufs selon les points de vente, Québec, 2001-2013**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les ventes des éditeurs[4]

Les éditeurs écoulent leur stock de livres par le truchement de trois canaux distincts :

- les ventes directes aux particuliers et aux collectivités (c'est le marché de la vente finale);
- les ventes directes aux librairies, grandes surfaces et autres points de vente (c'est le marché de la revente, appelé aussi réseau de détail);
- les ventes par l'intermédiaire d'une maison de distribution.

Certains éditeurs n'utilisent qu'un seul canal, mais plusieurs optent pour une combinaison de ces moyens.

Les résultats de l'EMVL couvrent les deux premiers canaux, soit les ventes effectuées directement sur le marché de la revente[5] et sur le marché de la vente finale[6]. Les ventes des éditeurs réalisées par l'intermédiaire d'une maison de distribution sont donc exclues des compilations relatives aux ventes des éditeurs. Cette façon de faire permet d'éliminer les doubles comptes.

Figure 3 **Répartition des ventes finales[1] de livres neufs selon la catégorie de points de vente, Québec, 2013**

1. Les ventes finales excluent la vente de livres destinés au marché de la revente.
2. Ils comprennent les distributeurs de livres (SCACQ 15302.02 et 15302.03), ainsi que certains éditeurs (SCACQ 15204, 15205 et 15206) qui font aussi de la distribution de livres. Dans ce dernier cas, seules les ventes de distribution sont incluses.
3. Librairies appartenant à une chaîne d'au moins quatre librairies.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Dans le contexte de l'analyse des données provenant de l'EMVL, l'expression « ventes des éditeurs » désigne uniquement les ventes directes des éditeurs aux collectivités, aux particuliers et au réseau de détail. Ces ventes de livres ne transitent pas par une maison de distribution. Ne mesurant qu'une partie de l'activité commerciale des éditeurs, ces données sont insuffisantes pour évaluer leur situation financière. En effet, de nombreux éditeurs confient à une maison de distribution la plus grande part, sinon la totalité, de leurs ventes. Par contre, ces renseignements sont essentiels pour comprendre l'évolution des flux financiers dans l'industrie du livre.

4. À moins d'indications contraires, toutes les ventes des éditeurs sont des ventes nettes, c'est à dire les ventes moins les retours.
5. Le marché de la revente, aussi appelé réseau de détail, est constitué des librairies, y compris les librairies en milieu scolaire, les grandes surfaces et les autres points de vente.
6. Le marché de la vente finale est constitué des particuliers et des collectivités. Ces livres ne sont pas destinés à la revente.

Tableau 2 **Ventes[1] nettes de livres neufs par les éditeurs selon le marché, Québec, 2009-2013**

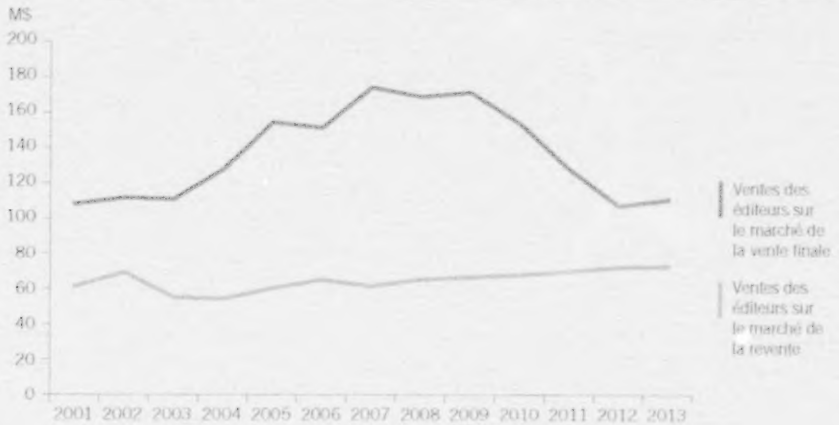
	2009		2010		2011		2012		2013		Variation 2013/2012	TCAM[2] 2009-2013
	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	%	
Ventes finales	171	72,0	154	69,4	128	64,6	107	59,7	111	60,4	3,2	-10,4
Ventes sur le marché de la revente	67	28,0	68	30,6	70	35,4	72	40,3	73	39,6	0,5	2,1
Ventes nettes totales	238	100,0	222	100,0	198	100,0	180	100,0	183	100,0	2,1	-6,3

1. Ventes réalisées sans l'intermédiaire d'une maison de distribution.
2. Taux de croissance annuel moyen.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les ventes des éditeurs sont passées de 180 M$ en 2012 à 183 M$ en 2013, une hausse de 2,1 % (tableau 2). Cette variation ne tient toutefois pas compte des différences observées selon les marchés. En effet, les ventes des éditeurs sur le marché de la revente affichent une hausse de 0,5 %, tandis que les ventes sur le marché de la vente finale ont grimpé de 3,2 %. La part des ventes finales dans les ventes des éditeurs affiche un léger rebond en 2013 par rapport à 2012, mais qui ne permet pas d'atteindre le niveau de 2009, loin de là (figure 4). La part des ventes finales était alors de 72,0 %, tandis qu'elle est de 60,4 % en 2013. Cette tendance se reflète dans l'écart entre les taux de croissance annuels moyens (TCAM) des ventes sur ces deux marchés : le TCAM 2009-2013 des ventes des éditeurs au réseau de détail est de 2,1 % et celui des ventes finales est de – 10,4 %.

Figure 4 **Ventes nettes de livres neufs par les éditeurs selon le marché, Québec, 2001-2013**

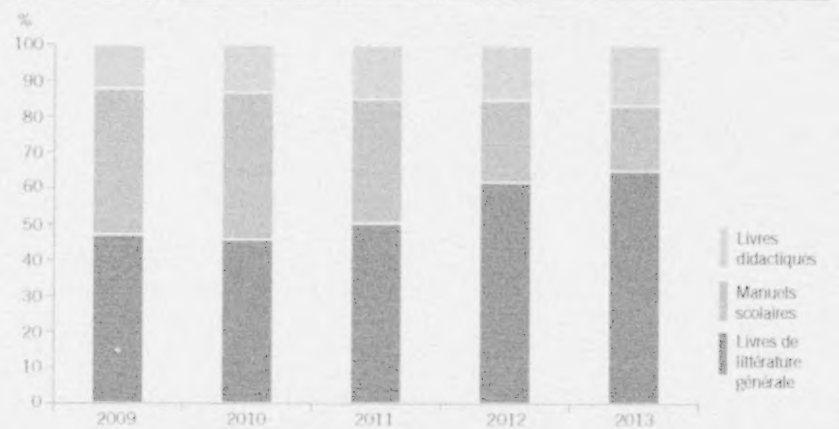


Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les ventes des éditeurs sur le marché de la vente finale selon la catégorie de livre

Plusieurs utilisateurs de nos statistiques sont surpris en apprenant que les éditeurs réalisent des ventes finales, c'est-à-dire des ventes qui ne transitent pas par un intermédiaire. Ils le sont encore plus en constatant que ces ventes représentent plus de 20 % des ventes totales de livres neufs au Québec. Cette surprise s'explique par le fait que les livres scolaires (livres destinés à tous les niveaux d'enseignement) sont souvent oubliés dans l'image que d'aucuns se font de l'industrie du livre, et que ces livres, surtout ceux qui sont destinés à l'enseignement primaire et secondaire, obéissent à une commercialisation différente.

Figure 5 **Répartition des ventes nettes de livres neufs par les éditeurs sur le marché de la vente finale selon la catégorie de livre, Québec, 2009-2013**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 3 **Ventes nettes[1] de livres neufs par les éditeurs sur le marché de la vente finale selon la catégorie de livres, Québec, 2009-2013[2]**

	2009		2010		2011		2012		2013		Variation 2013/2012
	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	%
Livres de littérature générale[3]	80,7	47,0	70,2	45,6	64,3	50,3	66,2	61,7	71,9	65,0	8,6
Manuels scolaires[4]	69,8	40,7	63,2	41,1	44,0	34,4	24,5	22,8	20,1	18,2	-17,7
Livres didactiques[5]	21,0	12,3	20,4	13,3	19,6	15,3	16,6	15,4	18,6	16,8	12,5
Ventes nettes totales	171,5	100,0	153,8	100,0	127,9	100,0	107,2	100,0	110,7	100,0	3,2

1. Les ventes nettes sont égales aux ventes moins les retours.
2. Les totaux peuvent différer de la somme des parties à cause de l'arrondissement.
3. Tous les livres qui ne sont pas destinés à l'enseignement.
4. Livres destinés à l'enseignement préscolaire, primaire et secondaire.
5. Livres destinés à l'enseignement collégial et universitaire.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

L'édition scolaire occupe une part importante des ventes finales de livres par les éditeurs, mais moindre que celle de la littérature générale. En 2013, les ventes finales de livres de littérature générale[7] s'élèvent à 72 M$ (en hausse de 8,6 % par rapport à l'année précédente), celles des manuels scolaires[8] à 20 M$ (baisse de 17,7 %) et celles des livres didactiques[9] à 19 M$ (hausse de 12,5 %) (tableau 3).

Comme le laissent deviner les écarts importants de croissance des ventes entre 2012 et 2013 selon la catégorie de livre, la répartition des ventes entre celles-ci est assez variable. Néanmoins, les livres de littérature générale représentent une part de plus en plus importante des ventes finales des éditeurs entre 2009 et 2013, celle-ci passant de 47,0 % à 65,0 % (figure 5).

Les ventes des éditeurs sur le marché de la revente selon la catégorie de livre

Le portrait des ventes des éditeurs sur le marché de la revente, ou au réseau de détail, est passablement différent de celui de la vente finale. Les livres de littérature générale y occupent une place moindre avec seulement 23,7 % des ventes en 2013. Toutefois, il ne s'agit pas d'une surprise, puisque beaucoup d'éditeurs de littérature générale optent plutôt pour approvisionner ce marché par le biais des maisons de distribution (tableau 4).

Les manuels scolaires affichent aussi une part moins importante sur ce marché (17,0 %) avec des ventes de 12 M$ en 2013. À l'inverse, les éditeurs de livres didactiques privilégient le marché de la revente. Ils accaparent 59,3 % de ce marché, soit 43 M$ en 2013, plus du double de ce qu'ils vendent sur le marché de la vente finale. On peut supposer qu'étant donné qu'il s'agit de livres destinés à l'enseignement collégial ou universitaire, la plupart de ces ventes sont effectuées auprès des librairies en milieu scolaire.

Tableau 4 **Ventes nettes[1] de livres neufs par les éditeurs sur le marché de la revente selon la catégorie de livres, Québec, 2009-2013**

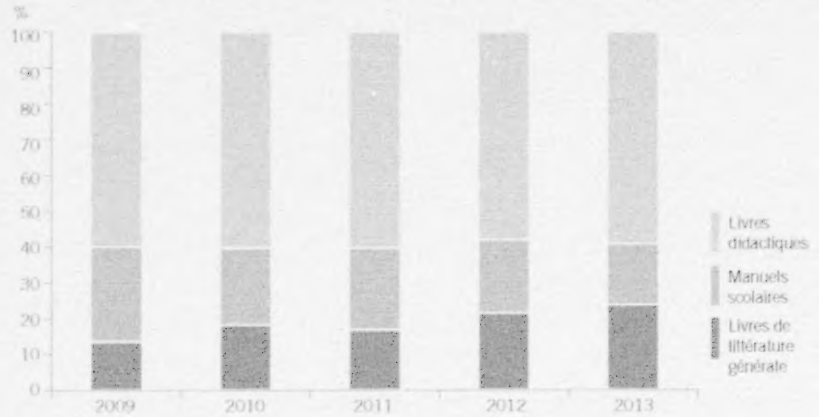
	2009		2010		2011		2012		2013		Variation 2013/2009
	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	%
Livres de littérature générale[2]	9,1	13,6	12,4	18,3	11,8	16,8	15,5	16,8	17,3	23,7	90,3
Manuels scolaires[3]	17,7	26,6	14,6	21,5	16,0	22,8	14,8	22,8	12,4	17,0	-30,3
Livres didactiques[4]	40,0	59,8	40,9	60,3	42,3	60,4	42,0	60,4	43,1	59,3	7,8
Ventes nettes totales	66,8	100,0	67,9	100,0	70,0	100,0	72,3	100,0	72,7	100,0	8,9

1. Les ventes nettes égalent aux ventes moins les retours.
2. Tous les livres qui ne sont pas destinés à l'enseignement.
3. Livres destinés à l'enseignement préscolaire, primaire et secondaire.
4. Livres destinés à l'enseignement collégial et universitaire.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

7. Tous les livres qui ne sont pas destinés à l'enseignement.
8. Livres destinés à l'enseignement préscolaire, primaire et secondaire.
9. Livres destinés à l'enseignement collégial et universitaire.

Figure 6 **Répartition des ventes nettes de livres neufs par les éditeurs sur le marché de la revente selon la catégorie de livre, Québec, 2009-2013**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

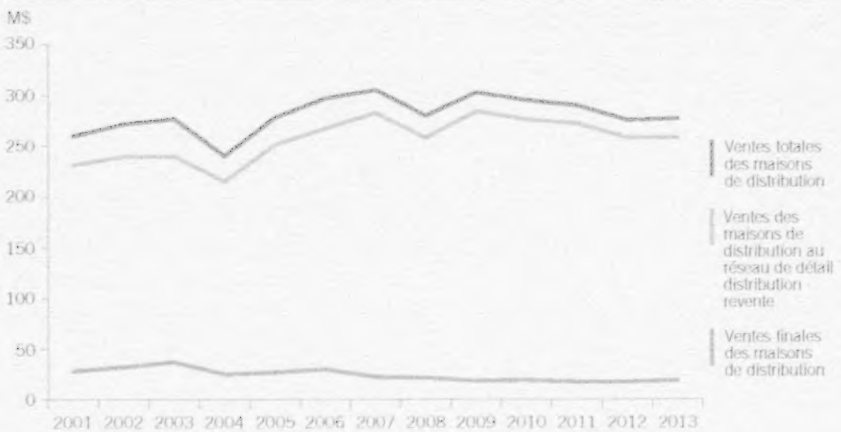
Les ventes de livres par les maisons de distribution[10]

Les maisons de distribution jouent un rôle capital dans l'acheminement des idées des auteurs vers leur destination finale : les lecteurs. Elles doivent déployer une connaissance approfondie des caractéristiques du marché du livre au Québec, des différentes productions éditoriales de même que des techniques de mise en circulation des livres qui assurent à la fois l'accessibilité aux livres pour les lecteurs et la rentabilité des opérations qui y sont reliées.

Tous les maillons de la chaîne du livre sont liés au dynamisme des maisons de distribution québécoises. Dans cette optique, l'évolution des ventes de distribution, tant sur le marché des ventes finales que sur celui de la revente, laisse perplexe.

L'évolution des ventes des maisons de distribution aux particuliers et aux collectivités, ou ventes finales, se caractérise par une croissance relativement importante de 2001 à 2003, tant en volume qu'en parts de marché, suivie d'une chute brutale en 2004 et d'un léger redressement en 2005 et en 2006 (figure 7).

Figure 7 **Ventes nettes de livres neufs par les maisons de distribution selon le marché, Québec, 2001-2013**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

10. Les ventes des maisons de distribution sont principalement les ventes réalisées par les distributeurs, mais comprennent aussi les ventes des éditeurs qui distribuent les livres d'autres éditeurs, ainsi que les ventes de livres réalisées par des distributeurs qui vendent principalement d'autres produits. Dans les tableaux et figures, les ventes des maisons de distribution appelées « ventes de distribution » ou « distributeurs » sont synonymes.

Tableau 5 **Ventes nettes[1] de livres neufs par les maisons de distribution selon le marché, Québec, 2009-2013**

	2009		2010		2011		2012		2013		Variation 2013/2012	TCAM[2] 2001-2013
	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	%	
Ventes finales[3]	19	6,2	19	6,5	18	6,1	17	6,4	19	8,4	8,4	-3,3
Ventes sur le marché de la revente[4]	284	93,8	276	93,5	272	93,9	258	93,6	258	0,0	0,0	0,9
Total des ventes	**303**	**100,0**	**295**	**100,0**	**290**	**100,0**	**275**	**100,0**	**277**	**0,5**	**0,5**	**0,5**

1. Ventes nettes, c'est-à-dire les ventes moins les retours.
2. Taux de croissance annuel moyen.
3. Les ventes finales sont des ventes aux particuliers et aux collectivités. Ces livres ne sont pas destinés à la revente.
4. Le marché de la revente est constitué des librairies, des grandes surfaces et autres points de vente.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Le redressement ne s'est pas poursuivi au cours des années subséquentes, et leurs ventes sur ce marché ont atteint un nouveau plancher, soit 17 M$ en 2012. Un regain de 8,4 % est à noter en 2013, quand les ventes ont atteint 19 M$ (tableau 5). Le TCAM de ces ventes de 2009 à 2013 est de – 0,4 %.

Les ventes des maisons de distribution sur le marché de la revente, le principal marché pour les distributeurs, s'élèvent à 258 M$ en 2013, tout comme en 2012. Dans un contexte où les ventes des librairies ont augmenté de 1,1 % et les ventes en grande diffusion se sont maintenues, la stabilité des ventes des distributeurs à ces points de vente laisse perplexe. Cette situation suscite une question intéressante : comment se fait-il que l'approvisionnement du réseau de détail par les maisons de distribution ne suive pas la tendance des ventes du réseau de détail? Nous reviendrons sur cette question à la section 2.2.4.

Les ventes finales des maisons de distribution selon la catégorie de marché

Les ventes finales des maisons de distribution, 19 M$ en 2013, sont réalisées en grande partie à l'extérieur du Québec. Les ventes hors Québec constituent en effet 87,5 % des ventes finales de distribution en 2013 et 85,9 % en 2012, pour des montants respectifs de 15 M$ et 17 M$ (tableau 6). Depuis 2009, ces ventes tendent à augmenter, leur TCAM étant de 1,4 %.

Les ventes aux collectivités et les ventes aux particuliers sont d'un même ordre de grandeur, quoique les ventes aux particuliers affichent une baisse de 8,0 % en 2013, tandis que les ventes aux collectivités augmentent de 1,0 %. Ces dernières ont subi un recul important en 2011 et ce niveau s'est maintenu en 2012 et 2013 de telle sorte que le bilan de la période 2009-2013 est mitigé.

Les ventes de distribution sur le marché de la revente selon la catégorie de marché

Rappelons que les ventes des maisons de distribution au réseau de détail se sont élevées à 258 M$ en 2013. De ce montant, 166 M$, ou 64,5 %, proviennent des librairies et 92 M$ (35,5 %) des établissements de grande diffusion (grandes surfaces et autres points de vente) (tableau 7). Cette répartition des ventes de distribution au réseau de détail est identique à celle de 2012 et semblable à celles des années précédentes. Pour l'ensemble de la période 2009-2013, les ventes aux librairies représentent en moyenne de 64,6 % des ventes des distributeurs au réseau de détail.

En 2013, la stagnation des ventes au réseau de détail par rapport à 2012 est surtout attribuable au marché des librairies. En effet, les ventes aux librairies ont diminué de 59 000 $ (0,0 %), tandis que les ventes au marché de la grande diffusion ont augmenté de 83 000 $ (0,1 %).

Tableau 6 **Ventes nettes[1] de livres neufs par les maisons de distribution selon les marchés de la vente finale[2], Québec, 2009-2013**

	2009		2010		2011		2012		2013		Variation 2013/2012	TCAM 2009-2013
	k$	%	k$	%	k$	%	k$	%	k$	%	%	
Ventes aux collectivités	1 588	8,5	2 376	12,4	1 224	6,9	1 254	7,2	1 267,2	6,7	1,0	-5,5
Ventes aux particuliers	1 355	7,3	1 083	5,7	1 400	7,9	1 208	6,9	1 111,8	5,9	-8,0	-4,8
Hors Québec	15 715	84,2	15 653	81,9	14 996	85,1	15 027	85,9	16 582,9	87,5	10,4	1,4
Total des ventes finales	**18 658**	**100,0**	**19 111**	**100,0**	**17 621**	**100,0**	**17 490**	**100,0**	**18 961,9**	**100,0**	**8,4**	**0,4**

1. Ventes nettes, c'est-à-dire les ventes moins les retours.
2. Les ventes finales sont des ventes aux particuliers et aux collectivités. Ces livres ne sont pas destinés à la revente.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 7 **Ventes nettes[1] de livres neufs par les maisons de distribution au réseau de détail, Québec, 2009-2013**

	2009		2010		2011		2012		2013		Variation 2013/2012	TCAM[2] 2009-2013
	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	%	
Librairies	181	63,7	179	64,9	178	65,3	166	64,5	166	64,5	0,0	-2,0
Ventes	252	...	253	...	247	...	238	...	236	...	-0,8	-1,6
Retours	71	...	74	...	69	...	71	...	69	...	-2,5	-0,6
Grande diffusion[3]	103	36,3	97	35,1	95	34,7	91	35,5	92	35,5	0,1	-2,9
Ventes	147	...	146	...	145	...	146	...	141	...	-3,3	-1,0
Retours	44	...	49	...	50	...	54	...	49	...	-8,9	3,2
Ventes totales	284	100,0	276	100,0	272	100,0	258	100,0	258	100,0	0,0	-2,4

1. Ventes nettes, c'est-à-dire les ventes moins les retours.
2. Taux de croissance annuel moyen.
3. Ventes des grandes surfaces et des autres points de vente.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les retours

Le traitement des invendus constitue une partie non négligeable des opérations de distribution de livres. Dimension essentielle de la commercialisation du livre, encadrée par la Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre[11], la mise à « l'office » consiste à acheminer les livres aux points de vente, telles les librairies, et à les y laisser pendant quelques mois. À la fin de cette période, le libraire décide s'il achète le livre ou s'il le retourne. Dans tous les cas, les livres acheminés aux points de vente sont considérés comme des « ventes ». Les livres qui sont retournés sont appelés des « retours ». En déduisant les retours des ventes, nous obtenons les « ventes nettes ».

Ce qui semble une banale question de facturation revêt une importance considérable, puisque le coût du traitement des livres en circulation se répercute sur le prix des livres et, éventuellement, sur la situation financière, tant des éditeurs et des libraires que des distributeurs. Tous les acteurs de la filière ont donc intérêt à maintenir le poids de l'office le plus léger possible, c'est-à-dire des taux de retour le plus bas possible.

Dans l'industrie du livre, l'expression « taux de retour » s'applique la plupart du temps au rapport entre les ventes et les retours des nouveautés. L'EMVL ne faisant pas de distinction entre les nouveautés et les livres de fond, nous utilisons l'expression « ratio des retours sur les ventes ».

Dans l'ensemble, les retours ont régressé de 5,3 % en 2013, passant de 125 M$ en 2012 à 119 M$. Cette baisse est surtout attribuable au marché des librairies pour lequel les retours ont reculé de 2,5 %, tandis que ceux de la grande diffusion sont demeurés stables. Les retours des librairies (69 M$) sont demeurés en deçà de leur moyenne des quatre années précédentes (71 M$), tandis que ceux de la grande diffusion équivalent à leur moyenne de 49 M$.

Les ratios annuels ont toutefois l'inconvénient de masquer les variations mensuelles et, ainsi, d'amoindrir l'effet des retours sur le marché. Le tableau 8 affiche les ratios mensuels maximums et minimums de chaque année selon les marchés.

Sur le marché des librairies, il y a des mois où le montant des retours est pratiquent équivalent à la moitié des ventes (47,3 % en 2013), tandis que sur le marché de la grande diffusion, certains ratios mensuels dépassent 50 % des ventes (56,4 % des ventes en janvier 2012).

Valeur des ventes sur le réseau de détail

Il reste à comprendre pourquoi les ventes de distribution au réseau de détail ont stagné alors que les ventes de ce même réseau ont progressé. L'analyse de l'évolution de la *valeur* des ventes de distribution à ce réseau et de la répartition des ventes de celui-ci selon l'approvisionnement permet d'y voir un peu plus clair.

Tableau 8 **Ratios[1] des retours sur les ventes de livres neufs par les maisons de distribution sur le réseau de détail, Québec, 2009-2013**

	2009	2010	2011	2012	2013
			%		
Librairies	28,2	29,3	28,1	29,9	29,4
Ratio mensuel maximum	42,2	47,6	44,4	49,0	47,3
Ratio mensuel minimum	18,6	17,4	19,3	15,7	17,9
Grande diffusion	29,7	33,5	34,8	37,2	35,1
Ratio mensuel maximum	41,8	56,8	54,5	56,4	48,3
Ratio mensuel minimum	22,7	26,7	23,3	30,8	24,8

1. Ratio annuel et ratios mensuels.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

11. L.R.Q., c. D-8.1.

Pour comparer les ventes des maisons de distribution au réseau de détail avec les ventes du réseau de détail, il faut utiliser le prix de détail dans les deux cas. On calcule donc la *valeur* des ventes des maisons de distribution au réseau de détail en ajoutant aux ventes des distributeurs l'escompte consenti au détaillant. Cette opération est nécessaire puisque, dans l'EMVL, les ventes finales des maisons de distribution sont exprimées selon le prix de détail suggéré par le fabricant (PDSF), tandis que les ventes au réseau de détail sont exprimées selon le PDSF moins l'escompte normalement consenti au détaillant, soit 38 % en moyenne[12], pour les ventes par les librairies. En ce qui concerne les ventes de livres par les grandes surfaces et les autres points de vente, les ventes des maisons de distribution à ces points de vente sont majorées d'environ 15 % en moyenne, ce qui correspond à l'écart entre le prix du distributeur et le prix payé par le consommateur.

En ajoutant ces escomptes aux ventes des distributeurs au réseau de détail, on obtient donc la valeur de ces ventes au prix de détail (tableau 9). Par exemple, les ventes des maisons de distribution au réseau de détail s'élèvent à 258 M$ en 2013 (tableau 7) et la valeur de ces ventes au prix de détail est estimée à 378 M$ (tableau 9), soit 67,6 % de toutes les ventes de livres par les établissements du réseau de détail. Cette proportion est en baisse par rapport à celle de 2012, quand elle a atteint 68,3 %. Depuis 2009, la part des maisons de distribution dans les ventes du réseau de détail a perdu 5,0 points de pourcentage.

Sauf quelques sursauts, la part des maisons de distribution sur le marché de la revente n'a cessé de reculer depuis 2001 quand elle était de 75,7 % (figure 9). La valeur de leurs ventes n'a augmenté en moyenne que de 0,8 % annuellement, pendant que les ventes du réseau de détail ont crû annuellement de 1,8 % en moyenne.

Cette croissance faible des ventes des maisons de distribution sur le marché de la revente, plus lente que celle de l'ensemble du marché, combinée à la forte baisse des ventes sur le marché de la vente finale, se répercute évidemment sur la part des maisons de distribution dans l'ensemble des ventes de livres. En effet, tandis qu'en 2001 la valeur des ventes des maisons de distribution (342 M$) combinée à leurs ventes finales (28 M$) représentait 63,0 % du total des ventes finales de livres (589 M$), cette part n'est plus que de 57,7 % des 688 M$ de livres neufs vendus en 2013.

La figure 9 illustre ce recul des maisons de distribution du Québec sur leur marché, mais elle montre aussi l'importance du poids économique et du rôle stratégique de ces acteurs dans toute la chaîne du livre au Québec. Ces 13 années représentent une période suffisamment étendue pour permettre d'affirmer que le repli des maisons de distribution n'est probablement pas un accident de parcours.

Nous avons vu que, l'approvisionnement direct du réseau de détail par les éditeurs (figure 4) affiche une croissance de 2,1 % annuellement en moyenne de 2009 à 2013, passant de 67 M$ à 73 M$ en 2013 (tableau 2). Cela pourrait expliquer en partie le recul des distributeurs, mais une petite partie seulement. En effet, au cours de la même période, la moyenne de la valeur des ventes des éditeurs québécois et des fournisseurs étrangers sur ce marché a été de 169 M$. Même en ajoutant aux ventes directes des éditeurs la remise consentie aux détaillants, on est loin du compte.

Par conséquent, sur le marché de la revente, la diminution de la part de marché des maisons de distribution s'expliquerait plutôt par l'approvisionnement croissant des librairies auprès de fournisseurs étrangers. Étant donné que, dans l'EMVL, les ventes du marché de la grande diffusion sont estimées à partir des ventes des maisons de distribution à ces points de vente, l'approvisionnement de ceux-ci par les fournisseurs étrangers ne peut être mesuré par l'enquête. En fait, le recul de la distribution québécoise sur le réseau de détail s'explique exclusivement par l'évolution des ventes aux librairies.

En pratique, les « fournisseurs étrangers » sont des éditeurs européens ou des distributeurs canadiens d'autres provinces. On suppose qu'une partie de cet approvisionnement s'explique par

Tableau 9 **Valeur des ventes de livres neufs par le réseau de détail[1] et ventes finales[2] selon la catégorie de point de vente, Québec, 2009-2013**

	2009		2010		2011		2012		2013		Variation 2013/2012	TCAM[3] 2009-2013
	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	%	
Ventes du réseau de détail[4]	572	75,1	571	76,7	561	79,4	554	81,6	558	81,2	0,9	-0,6
Valeur des ventes de distribution[4]	416	72,7	406	71,1	398	70,9	378	68,3	378	67,6	0,0	-2,4
Valeur des ventes des éditeurs québécois et des fournisseurs étrangers[4]	156	27,3	165	28,9	163	29,1	176	31,7	181	32,4	2,9	3,7
Ventes finales de distribution	19	2,4	19	2,6	18	2,5	17	2,6	19	2,8	8,4	0,4
Ventes finales des éditeurs	171	22,5	154	20,7	128	18,1	107	15,8	111	16,1	3,2	-10,4
Total des ventes finales	**763**	**100,0**	**743**	**100,0**	**707**	**100,0**	**678**	**100,0**	**691**	**100,0**	**1,5**	**-2,5**

1. Le réseau de détail comprend les librairies, les magasins à grande surface et les autres points de vente (tabagies, animaleries, etc.).
2. Les ventes finales sont des ventes aux particuliers et aux collectivités. Ces livres ne sont pas destinés à la revente.
3. Taux de croissance annuel moyen.
4. La valeur des ventes est calculée sur la base des ventes nettes, c'est-à-dire les ventes moins les retours.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

12. Il s'agit d'une moyenne pondérée, l'escompte étant de 40 % pour les livres de littérature générale et de 30 % pour les livres didactiques.

les commandes spéciales de librairies auprès d'éditeurs étrangers dont les livres ne sont pas diffusés au Québec. En général, il ne s'agit toutefois pas de volumes très importants.

On peut émettre l'hypothèse que les pertes de parts de marché des maisons de distribution du Québec seraient causées par l'approvisionnement des librairies en livres en anglais auprès de distributeurs canadiens, mais nous ne pouvons le mesurer directement. S'il y a une préoccupation à cet égard, ce n'est peut-être pas tant que cette distribution se fasse à partir des distributeurs canadiens, mais plutôt qu'il s'agirait d'un indice que l'achat de livres en anglais connaît une croissance importante.

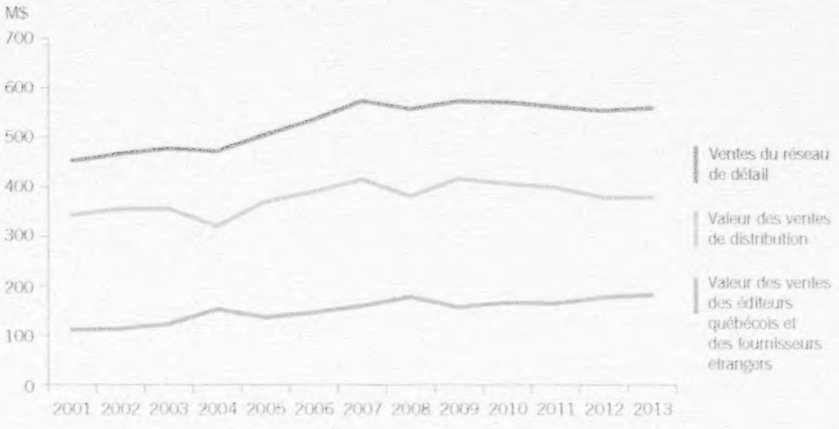
Les ventes des librairies

Les ventes des librairies ont remonté à 442 M$, soit 5 M$ de plus qu'en 2012, une hausse de 1,1 % (tableau 1). Ces ventes représentent 64,3 % des ventes totales de livres neufs en 2013, une baisse de 0,2 point de pourcentage par rapport à l'année précédente.

Dans l'ensemble, les librairies ont mieux fait en 2013 que les établissements du marché de la grande diffusion. Les ventes de livres de ceux-ci sont restées à peu près stables et leur part de marché a reculé de 0,2 point. Dans une perspective à moyen terme, les librairies sont en perte de vitesse puisque leurs ventes de livres ont décru de 0,5 % annuellement en moyenne de 2009 à 2013, mais moins que les établissements de la grande diffusion qui ont vu leurs ventes de livres décroître de 1,2 % par année.

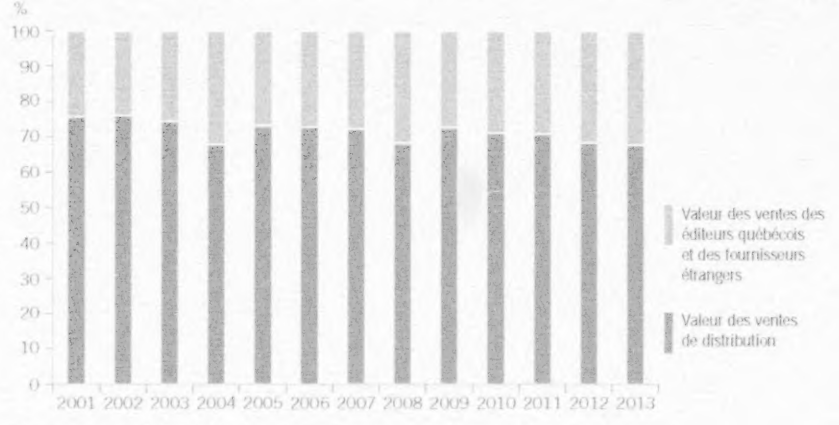
Les variations des ventes des librairies dépendent de plusieurs facteurs. Ce qui peut être avéré pour certains types de librairies ne l'est pas nécessairement pour d'autres. Nous avons donc analysé l'évolution des ventes des librairies selon deux dimensions : le type de propriété et la situation géographique.

Figure 8 **Valeur des ventes de livres neufs par le réseau de détail selon l'approvisionnement, Québec, 2001-2013**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 9 **Répartition de la valeur des ventes de livres neufs par le réseau de détail selon l'approvisionnement, Québec, 2001-2013**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Ventes des librairies selon le type de propriété

Les librairies peuvent être classées en trois types de propriété : les librairies à succursales, les librairies indépendantes et les librairies en milieu scolaire, qui sont pour la plupart des coopératives. Les librairies à succursales sont des librairies appartenant à une chaîne d'au moins quatre succursales.

Les statistiques diffusées habituellement par l'OCCQ sur les ventes de livres des librairies indépendantes comprennent tant les ventes des librairies en milieu scolaire que les autres librairies indépendantes. Dans le contexte de ce bulletin toutefois, l'expression « librairies indépendantes » désigne uniquement les librairies indépendantes qui n'œuvrent pas en milieu scolaire.

Depuis 2009, la part de marché des librairies à succursales n'a cessé d'augmenter. Leur part, qui était de 48,4 %, soit 218 M$, est passée à 52,5 % (232 M$) en 2013 (tableau 10). Cette augmentation des ventes contraste avec la décroissance de l'ensemble des librairies. En effet, le TCAM des librairies à succursales s'établit à 1,6 %, tandis que celui de l'ensemble des librairies est de –0,5 %. Ce qui signifie évidemment une croissance plus faible, sinon une décroissance pour les autres types de librairies.

Pour les librairies indépendantes, il s'agit d'un véritable déclin. Leur part des ventes des librairies, pour la même période, s'est rétrécie de 6,5 points de pourcentage, passant de 31,7 % (143 M$) à 25,5 % (113 M$). Par conséquent, le TCAM des ventes de livres par les librairies indépendantes affiche une valeur négative, soit –5,8 %. Dans l'ensemble du réseau de détail, la part des librairies indépendantes passe de 25,0 % à 20,2 %.

L'année 2013 a été particulièrement difficile pour les librairies indépendantes, leurs ventes ayant reculé de 7,0 % par rapport à 2012, pendant que celles des librairies à succursales augmentaient de 3,4 %.

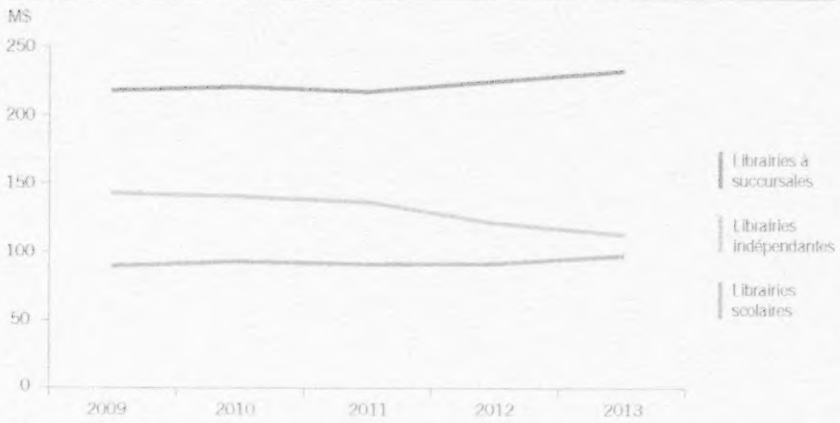
Les ventes de livres par les librairies en milieu scolaire représentent une part importante, peut-être insoupçonnée, du marché des librairies. Cette part, relativement stable, était de 19,9 % en 2009 et de 22,0 % en 2013. Leurs ventes de livres passent de 89 M$ à 97 M$ au cours de cette période, le TCAM est de 2,1 %.

Ventes des librairies selon la région

La répartition par région administrative des ventes de livres neufs dans les librairies montre sans surprise que ce sont dans les régions de Montréal (198 M$), de la Capitale-Nationale (58 M$) et de la Montérégie (56 M$) où les ventes sont les plus élevées (tableau 11). À elles seules, ces trois régions regroupent 68,2 % des ventes en 2013, une proportion semblable à celle des années précédentes.

Les régions pour lesquelles les ventes affichent les hausses les plus importantes sont celles de la Côte-Nord et Nord-du-Québec (20,3 %) et de l'Estrie (10,3 %). À l'inverse, les baisses les plus importantes sont survenues en Abitibi-Témiscamingue (–19,7 %) et dans Lanaudière (–8,7 %).

Figure 10 **Ventes de livres neufs par les librairies selon le type de propriété, Québec, 2009-2013**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 10 **Ventes de livres neufs par les librairies[1] selon le type de propriété, Québec, 2009-2013**

	2009		2010		2011		2012		2013		Variation 2013/2012	TCAM[2] 2009-2013
	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	%	
Librairies à succursales[3]	218	48,4	221	48,6	217	48,9	225	51,4	232	52,5	3,4	1,6
Librairies indépendantes[4]	143	31,7	140	30,9	136	30,7	121	27,7	113	25,5	–7,0	–5,8
Librairies scolaires	89	19,9	93	20,4	91	20,4	91	20,9	97	22,0	6,4	2,1
Ventes totales	450	100,0	454	100,0	444	100,0	437	100,0	442	100,0	1,1	–0,5

1. Elles comprennent les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).
2. Taux de croissance annuel moyen.
3. Librairies appartenant à une chaîne d'au moins quatre librairies.
4. Sans les librairies scolaires.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les régions qui affichent les taux de croissance quinquennaux les plus élevés depuis 2009 sont celles de la Mauricie (5,1 %) et de Laval (4,2 %), tandis que les régions de l'Abitibi-Témiscamingue et de l'Outaouais affichent respectivement des taux de croissance négatifs de –5,7 % et –5,6 %.

Le volume de vente dans chaque région dépend de plusieurs facteurs, dont la taille de la population. De même, les taux de croissance peuvent être affectés dans une certaine mesure par les changements démographiques. La prise en compte de la taille de la population permet donc de relativiser les écarts entre les régions.

Les ventes de livres par habitant de l'ensemble des librairies du Québec en 2013 ont été de 54 $, en hausse de 0,2 % par rapport à l'année précédente (tableau 12). Le TCAM de ces ventes est de 1,4 %. Sans surprise, les régions administratives pour lesquelles les ventes par habitant sont les plus élevées sont celles qui vendent aussi le plus de livres : Montréal 96 $, Capitale-Nationale 80 $.

Ces deux poids lourds sont suivis de loin par l'Estrie qui affiche des ventes par habitant de 73 $. À l'opposé, les régions où les ventes par habitant sont les plus faibles sont les régions de Chaudière-Appalaches et des Laurentides (23 $) ainsi que de la Côte-Nord et du Nord-du-Québec (17 $).

Les ventes de livres par habitant de 2009 à 2013 ont crû plus rapidement dans les régions de la Mauricie et de la Côte-Nord et du Nord-du-Québec, dont les TCAM sont respectivement de 4,8 % et 2,8 %. À l'inverse, les régions de l'Outaouais et de Lanaudière affichent une décroissance importante avec des taux respectifs de 6,8 % et 6,5 %.

Tableau 11 **Ventes de livres neufs par les librairies[1] selon la région administrative, Québec, 2009-2013**

	2009	2010	2011	2012	2013	Variation 2013/2012	TCAM[2] 2009-2013
	k$					%	
Bas-Saint-Laurent, Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	11 020	11 595	11 413	11 128	10 661	–4,2	–0,8
Saguenay–Lac-Saint-Jean	11 240	11 309	10 956	10 436	11 072	6,1	–0,4
Capitale-Nationale	60 902	61 299	59 975	58 232	57 678	–1,0	–1,4
Mauricie	11 865	12 684	13 728	13 387	14 474	8,1	5,1
Estrie	20 292	19 442	19 088	21 131	23 299	10,3	3,5
Montréal	194 977	195 814	190 351	188 660	187 791	–0,5	–0,9
Outaouais	15 612	15 428	15 562	12 076	12 399	2,7	–5,6
Abitibi-Témiscamingue	5 949	6 129	5 840	5 865	4 710	–19,7	–5,7
Côte-Nord, Nord-du-Québec	2 075	2 073	2 068	1 958	2 355	20,3	3,2
Chaudière-Appalaches	9 320	9 511	8 582	8 635	9 578	10,9	0,7
Laval	16 795	18 607	17 519	18 682	19 794	6,0	4,2
Lanaudière	14 203	14 307	14 743	12 599	11 509	–8,7	–5,1
Laurentides	15 969	14 493	16 582	14 432	13 256	–8,1	–4,5
Montérégie	53 114	54 543	51 670	53 126	56 238	5,9	1,4
Centre-du-Québec	7 041	6 398	6 201	6 893	7 358	6,7	1,1
Ensemble du Québec	450 374	453 634	444 278	437 238	442 169	1,1	–0,5

1. Elles comprennent les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).
2. Taux de croissance annuel moyen.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

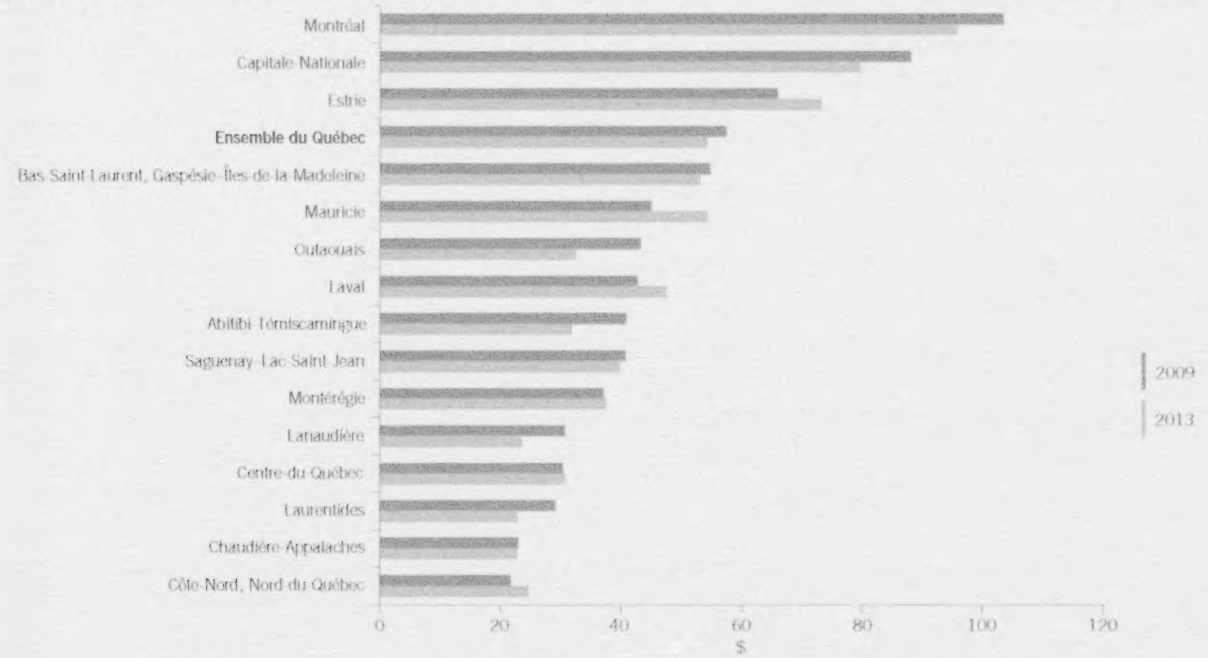
Tableau 12 **Ventes de livres neufs par les librairies[1] par habitant, selon la région administrative, Québec, 2009-2013**

	2009	2010	2011	2012	2013	Variation 2013/2012	TCAM[2] 2009-2013
	$					%	
Bas-Saint-Laurent, Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	38	40	39	38	36	–4,0	–0,7
Saguenay–Lac-Saint-Jean	41	42	40	38	40	6,0	–0,6
Capitale-Nationale	89	88	86	82	80	–1,8	–2,5
Mauricie	45	48	52	51	54	7,9	4,8
Estrie	66	63	61	67	73	9,4	2,6
Montréal	102	101	97	95	96	–1,5	–1,9
Outaouais	44	42	42	32	33	1,7	–6,8
Abitibi-Témiscamingue	41	42	40	40	32	–20,0	–6,0
Côte-Nord, Nord-du-Québec	15	15	15	14	17	19,9	2,8
Chaudière-Appalaches	23	24	21	21	23	10,3	0,0
Laval	43	47	43	46	47	4,6	2,6
Lanaudière	31	31	31	26	24	–9,8	–6,5
Laurentides	30	26	30	26	23	–9,3	–5,9
Montérégie	37	38	36	36	38	4,8	0,3
Centre-du-Québec	31	28	27	29	31	5,9	0,3
Ensemble du Québec	58	57	56	54	54	0,2	–1,4

1. Elles comprennent les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).
2. Taux de croissance annuel moyen.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 11 **Ventes de livres neufs par les librairies, par habitant, selon la région administrative, Québec, 2009 et 2013**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Ventes des librairies selon le type de région

L'analyse des ventes des librairies selon le type de région permet de tenir compte, au moins partiellement, de l'éloignement des grands centres dans la comparaison des régions entre elles. La catégorisation utilisée est celle du ministère de la Culture et des Communications[13].

Il y a quatre types de région : les régions centrales, périphériques, intermédiaires et éloignées. Le tableau suivant décrit la répartition des régions selon leur type.

Régions centrales	Capitale-Nationale Montréal	Grands centres urbains
Régions périphériques	Chaudière-Appalaches Lanaudière Laurentides Laval Montérégie	À proximité des grands centres urbains
Régions intermédiaires	Mauricie Estrie Centre-du-Québec Outaouais	Situées entre les régions centrales ou périphériques et les régions éloignées
Régions éloignées	Bas-Saint-Laurent Saguenay–Lac-Saint-Jean Abitibi-Témiscamingue Côte-Nord Nord-du-Québec Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	Situées à grande distance des centres urbains, aux limites est, nord et ouest du Québec

Les librairies des régions centrales recueillaient la plus grande part des ventes de livres au Québec en 2008 avec 58,2 % des ventes (tableau 13). Cette forte proportion est toutefois en décroissance et elle atteint 56,5 % des ventes en 2012. Le TCAM des ventes des régions centrales est donc plus faible que celui de l'ensemble du Québec et il s'établit à – 1,5 %.

13. HARVEY, Fernand et Andrée FORTIN (1995). *La nouvelle culture régionale*. Institut québécois de recherche sur la culture, 1995. p. 29-32. Voir aussi DALPHOND, Claude E. *Bilan des portraits statistiques régionaux*, ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, Direction du lectorat, de la recherche et des politiques, juin 2005, page 4.

Tableau 13 **Ventes de livres neufs par les librairies[1] selon le type de région administrative, Québec, 2009-2013**

	2009		2010		2011		2012		2013		Variation 2013/2012	TCAM[2] 2009-2013
	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	M$	%	%	
Centrales	256	56,8	257	56,7	250	56,3	247	56,5	245	55,5	-0,6	-1,0
Périphériques	109	24,3	111	24,6	109	24,6	107	24,6	110	25,0	2,7	0,2
Intermédiaires	55	12,2	54	11,9	55	12,3	53	12,2	58	13,0	7,6	1,2
Éloignées	30	6,7	31	6,9	30	6,8	29	6,7	29	6,5	-2,0	-1,3
Québec	450	100,0	454	100,0	444	100,0	437	100,0	442	100,0	1,1	-0,5

1. Elles comprennent les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).
2. Taux de croissance annuel moyen.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

De leur côté, au cours de la même période, les librairies des régions périphériques ont accru leur part de 0,7 point de pourcentage, passant de 24,3 % à 25,0 %. Leur taux de croissance est positif et s'établit à 0,2 %. Les régions de cette catégorie affichent toutes des taux de croissance positifs, à l'exception des régions de Lanaudière et des Laurentides (tableau 11). La croissance des ventes de livres dans les régions périphériques n'est pas sans rappeler le déploiement des complexes cinématographiques dans les banlieues au cours des années 1990 et le déplacement de l'assistance qui s'en est suivi. De la même manière, on pourrait supposer que l'ouverture de plusieurs librairies à succursales dans les centres commerciaux des banlieues entraîne le déplacement des ventes de livres vers celles-ci.

L'analyse des ventes par habitant révèle une distribution semblable (tableau 14). Les ventes par habitant des librairies des régions centrales passent de 99 $ en 2009 à 91 $ en 2013 pour un taux de croissance de -2,0 %, ce qui est inférieur à celui des ventes par habitant par l'ensemble des librairies du Québec (- 1,4 %).

Tableau 14 **Ventes de livres neufs par les librairies[1] par habitant, selon le type de région administrative, Québec, 2009-2013**

	2009	2010	2011	2012	2013	Variation 2013/2012	TCAM[2] 2009-2013
	$					%	
Centrales	99	99	95	92	91	-1,0	-2,0
Périphériques	34	34	33	33	32	-1,1	-1,0
Intermédiaires	47	46	46	48	48	0,7	0,4
Éloignées	35	36	35	34	33	-0,1	-1,4
Québec	57	57	55	55	54	-0,9	-1,4

1. Elles comprennent les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).
2. Taux de croissance annuel moyen.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

OBSERVATOIRE
DE LA CULTURE ET DES
COMMUNICATIONS
DU QUÉBEC

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

Pour tout renseignement
Benoit Allaire
418 691-2414, poste 3170
benoit.allaire@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture
et des communications
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage,
Québec (Québec) G1R 5T4
418 691-2414
observatoire@stat.gouv.qc.ca

Dépôt légal
ISSN : 1925-4199 (version imprimée)
ISSN : 1925-4202 (en ligne)
3e trimestre 2014
© Gouvernement du Québec,
Institut de la statistique du Québec, 2011

Toute reproduction autre qu'à des fins de consultation personnelle est interdite sans l'autorisation du gouvernement du Québec.
www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm

Institut de la statistique
Québec

Résumé

La progression des ventes de livres en 2013 est surtout attribuable à la hausse des ventes des librairies à succursales, des librairies scolaires et, dans une moindre mesure, des éditeurs de livres de littérature générale. Les librairies indépendantes ont au contraire enregistré un repli important en 2013, accentuant ainsi la tendance à la baisse des dernières années.

L'analyse des taux de croissance des ventes selon les types de points de vente et de l'évolution de leur part de marché a révélé des tendances pouvant être source de préoccupation. Tout d'abord, sur le marché des librairies, les maisons de distribution du Québec ont perdu du terrain par rapport aux fournisseurs étrangers. On croit que ces fournisseurs approvisionnent ce marché surtout de livres en anglais. Ensuite, bien que l'ensemble du marché soit en contraction depuis 2009, les librairies indépendantes, en excluant les librairies en milieu scolaire, affichent des reculs récurrents depuis au moins 2006. Il est trop tôt pour déterminer si cette tendance à la baisse ira jusqu'à remettre en question la survie de ce type de librairie, mais il n'y a pas de doute qu'est ainsi fragilisé un maillon important de la chaîne du livre, essentiel à la large diffusion d'un vaste éventail de livres partout au Québec.

Remerciements

L'*Enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs* est réalisée grâce à la collaboration de tous les éditeurs, distributeurs et libraires du Québec. L'Observatoire de la culture et des communications du Québec les en remercie chaleureusement.

Errata

Optique culture – Numéro 35, septembre 2014

Document corrigé le 8 octobre 2014

1. À la page 8, 2e colonne, 2e paragraphe, il aurait fallu lire :

   Les ventes aux collectivités et les ventes aux particuliers sont d'un même ordre de grandeur, quoique les ventes aux particuliers affichent une hausse de 4,9 % en 2013, tandis que les ventes aux collectivités baissent de 11,4 %. Ces dernières ont subi des reculs successifs depuis 2010 de telle sorte que le taux de croissance annuel 2009-2013 est de – 8,5 %.

2. Changer le tableau 6 par celui-ci :

Tableau 6 **Ventes nettes[1] de livres neufs par les maisons de distribution selon les marchés de la vente finale[2], Québec, 2009-2013**

	2009		2010		2011		2012		2013		Variation 2013/2012	TCAM 2009-2013
	k$	%	k$	%	k$	%	k$	%	k$	%	%	
Ventes aux collectivités	1 588	8,5	2 376	12,4	1 224	6,9	1 254	7,2	1 111,8	5,9	-11,4	-8,5
Ventes aux particuliers	1 355	7,3	1 083	5,7	1 400	7,9	1 208	6,9	1 267,2	6,7	4,9	-1,7
Hors Québec	15 715	84,2	15 653	81,9	14 996	85,1	15 027	85,9	16 582,9	87,5	10,4	1,4
Total des ventes finales	18 658	100,0	19 111	100,0	17 621	100,0	17 490	100,0	18 961,9	100,0	8,4	0,4

1. Ventes nettes, c'est à dire les ventes moins les retours.
2. Les ventes finales sont des ventes aux particuliers et aux collectivités. Ces livres ne sont pas destinés à la revente.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.